VENTE DIRECTE : ET SI VOUS VOUS LANCIEZ ?

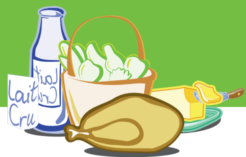


Mémento pour les porteurs de projet

AGRICULTURES & TERRITOIRES
CHAMBRE D'AGRICULTURE PAYS DE LA LOIRE

CAB
Les Agriculteurs BIO des Pays de la Loire

CIVAM
PAYS DE LA LOIRE



Les motivations pour se lancer dans la vente directe sont diverses : recherche d'autonomie dans son métier, de contact avec les consommateurs, volonté de défendre des productions de qualité, de capter de la valeur ajoutée etc.

C'est une voie exigeante et parfois difficile puisqu'il faut non seulement produire mais aussi transformer (selon les produits) et commercialiser. Mais c'est une activité valorisante et enrichissante.

Une bonne préparation du projet en amont est essentielle pour mettre toutes les chances de réussite de son côté. N'hésitez pas non plus à rencontrer des producteurs déjà en activité : ces échanges vous seront précieux pour avancer.

Ce mémento, qui ne prétend pas à l'exhaustivité, a pour but de fournir à tous ceux qui s'engagent dans un tel projet quelques repères sur les principaux domaines sur lesquels ils devront réfléchir.

SOMMAIRE





LES ETAPES INCONTOURNABLES POUR CONSTRUIRE VOTRE PROJET

1 D'abord clarifier vos objectifs personnels

Vos objectifs vont déterminer vos choix et arbitrages tout au long de l'élaboration de votre projet. Au final, c'est bien par rapport à eux que vous vous estimerez satisfait ou non au terme de la démarche. Prendre le temps de se poser, de clarifier ses envies, ses attentes et de définir clairement ses objectifs est donc une phase indispensable à la réussite du projet.

Quelques questions à se poser :

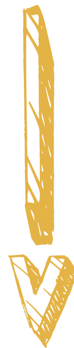
- Quelles sont les valeurs qui m'animent ?
- Pourquoi est-ce que je veux me lancer dans la vente directe ?
- Qu'est-ce que je recherche prioritairement dans ce projet :
  - *Un revenu d'appoint, sans y passer trop de temps ?*
  - *Un revenu complémentaire car mon activité principale est insuffisante pour vivre ?*
  - *La création d'une activité professionnelle (pour une installation…) ?*
  - *Une activité qui me permette d'avoir du contact, de rencontrer d'autres personnes, de sortir de l'exploitation ?*
  - *Une activité qui me permette de valoriser mes compétences, d'être responsable d'une activité ?*
  - *Des conditions de travail spécifique ?*
  - *Une activité qui me permette de valoriser un patrimoine régional, de maintenir des produits traditionnels ou de les faire revivre ?*
  - *Une activité qui me permette de valoriser des pratiques agricoles spécifiques ?*
  - …

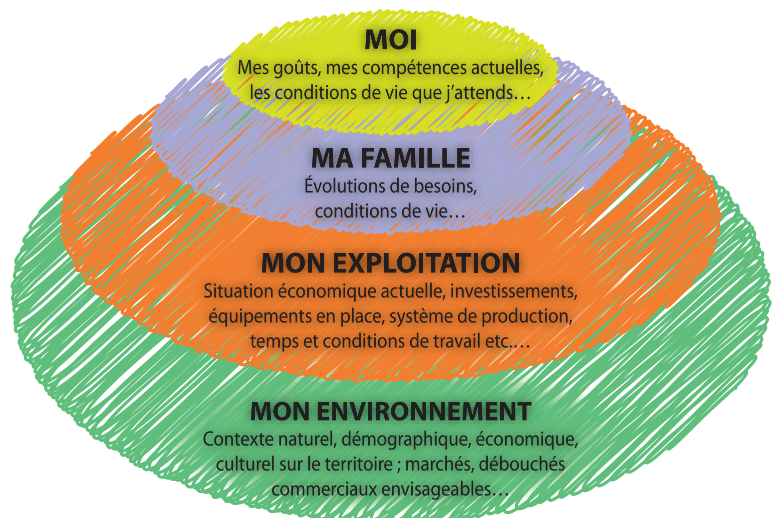
2 Analyser votre situation

En deuxième étape, une analyse des atouts et des contraintespour la réalisation de votre projet va déjà permettre un premier niveau de choix.

Resituer votre projet dans les différents éléments de contexte.

A chaque niveau, posez-vous la question :
- de vos atouts ?
- de vos points faibles ou contraintes ?



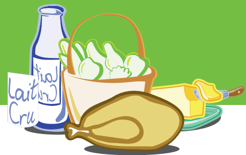


3 Construire le projet

La construction d'un tel projet est complexe car elle touche potentiellement trois domaines : la production, la transformation et la commercialisation. Au fil du temps, vous allez devoir :

- étudier le marché, définir votre stratégie commerciale (je vais vendre quoi et à qui ?) et vous fixer des objectifs pour le développement de l'activité,
- vérifier la faisabilité économique de votre projet,
- faire des choix d'investissements et mobiliser les financements nécessaires,
- évaluer le temps de travail nécessaire et faire des choix d'organisation
- trouver d'éventuels partenariats ou prestataires pour la transformation ou la vente.

Dans tous les cas, sachez qu'il faut du temps pour développer sa clientèle et installer une telle activité. Les premières années peuvent être rudes en charge de travail pour un résultat économique parfois faible. Il faut intégrer cela dans sa réflexion.



STATUT JURIDIQUE SOCIAL ET FISCAL

Dans le droit français, il faut considérer séparément les règles qui s'appliquent en matière juridique, sociale et fiscale pour votre activité. Il n'y a pas d'harmonisation entre ces 3 domaines. Nous présentons ci-dessous les grands principes applicables à une exploitation vendant ses propres produits en circuits courts. L'achat-revente peut être pratiqué dans ce cadre dans certaines limites. Il va de soi qu'un développement important de cette pratique peut amener à un basculement sur de l'activité commerciale, nécessitant alors parfois de repenser le montage juridique, social et fiscal de l'activité.

1 Qualification juridique de l'activité

La transformation et la vente de produits issus de la ferme sont considérées comme des activités dans le prolongement de l'acte de production. A ce titre, le code rural les considère donc comme agricoles.

La vente en circuits courts n'entraîne donc pas de modification par rapport à une activité agricole de production primaire :

- déclaration auprès du Centre de formalités des entreprises (CFE) de la Chambre d'agriculture pour l'obtention d'un n° SIREN.
- droit des sociétés, statuts des baux etc., applicables aux activités agricoles.

2 Statut social

Le droit social reconnaît également comme agricoles les activités dans le prolongement de l'acte de production. Une exploitation qui transforme et vend ses produits en circuits courts reste donc socialement rattachée à la MSA.

Il existe en revanche différents statuts en fonction de la taille de l'exploitation au regard de la SMI (Surface minimale d'installation, définie dans chaque département), exploitant à titre principal, cotisant solidaire…

3 Fiscalité : régime d'imposition des bénéfices

La vente des produits issus de l'exploitation relève du bénéfice agricole (BA). Il existe 3 régimes d'imposition selon le montant des recettes annuelles de l'exploitation (avec transparence pour les GAEC) :

- le **forfait** pour des recettes inférieures à 76 300 € TTC
- le **réel simplifié** entre 76 300 et 350 000 € TTC
- le **réel « normal »** au-delà de 350 000 € TTC.

Si vous pratiquez l'achat-revente de produits, les revenus issus de cette activité relèvent eux des bénéfices industriels et commerciaux (BIC). Les exploitations agricoles au réel peuvent rattacher des BIC au BA dans la limite de 50 000 € TTC et 30 % des recettes agricoles TTC. Les exploitations agricoles au forfait doivent elles déclarer ces revenus au titre des BIC, ceci dans une certaine limite. Selon le montant de ces recettes, l'administration peut en effet dénoncer le régime du forfait agricole sur le reste de l'activité.

Demandez conseil à un juriste pour le montage juridique, social et fiscal de votre projet : Chambres départementales d'agriculture, centres de gestion…



TVA

Il existe différents régimes de TVA. Pour les exploitations assujetties pratiquant la vente en circuits courts, il est nécessaire de se tenir informé des taux de TVA applicables sur les différentes catégories de produits (majoritairement 5.5 %[1] pour les produits alimentaires hors alcools).

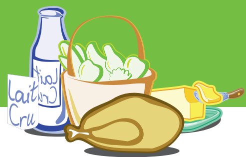
[1]A la date de publication de ce document.



Différence entre achat-revente et dépôt-vente

Contrairement à l'achat-revente, il n'y a pas de cession de propriété dans le dépôt-vente. C'est un mode de commercialisation dans lequel un producteur confie ses produits à un autre producteur qui se charge de leur commercialisation moyennant une commission. Le producteur vendeur agit au nom du dépositaire et non en son nom propre. Le contrat passé entre les 2 producteurs doit être clair sur ces conditions de fonctionnement. Dans ce cas, la commission n'est pas fiscalement considérée comme une opération de nature commerciale et est donc qualifié en BNC (bénéfices non commerciaux).





COMMERCIALISATION

1 Choisir sa stratégie commerciale : une étape-clé pour la réussite du projet



Il s'agit de définir :

- votre gamme de **produits**
- vos **prix de vente**
- vos **circuits de commercialisation**
- mais aussi le plan de communication que vous allez mettre en œuvre pour vous faire connaître.

Ces choix auront un impact direct sur :

- le montant de votre chiffre d'affaires, par votre politique de prix,
- vos charges (conditionnement, transport, salarié pour la vente, local de vente, places de marchés, site internet, publicité…)
- votre volume de travail et l'organisation de votre activité (la nature du travail sera différente en fonction du mode de vente).

Plusieurs paramètres vont déterminer vos choix commerciaux :

- la nature du produit, ses possibilités de transport et de conservation…
- les possibilités du marché : une étape souvent délaissée mais pourtant essentielle est **l'étude de marché**. Elle est nécessaire pour s'assurer de la faisabilité commerciale du projet et réduire au maximum les risques. Vous investir dans cette étape vous permet de mieux cerner les attentes des consommateurs ou des intermédiaires avec lesquels vous souhaitez travailler, d'analyser l'offre déjà présente, d'évaluer un potentiel de vente.
- vos souhaits et contraintes d'organisation du travail, à la fois sur le volet circuit court mais aussi à l'échelle de l'exploitation.

Ne pas se louper sur ses prix de vente au démarrage de l'activité !

Le prix de vente doit impérativement tenir compte :

1. du prix de revient du produit, en tenant compte des charges de transformation, de commercialisation et de la rémunération du travail,
2. des prix pratiqués sur le(s) marché(s) sur lesquels vous vous positionnez.

Pour un même produit, le prix peut bien sûr varier selon le circuit sur lequel il est vendu.



En démarrage d'activité, le pari du prix bas pour se faire une clientèle peut s'avérer dangereux. Il est extrêmement difficile d'augmenter significativement ses prix ensuite.



Diversité des modes de commercialisation possibles

Il existe une multitude de possibilités pour commercialiser ses produits, chacun ayant ses avantages et ses inconvénients. L'innovation est aussi présente dans les circuits courts : on a ainsi vu se développer ces dernières années les AMAP, les distributeurs automatiques ou plus récemment les formules type « drive » etc.

Vente directe au consommateur	A la ferme	Magasin à la ferme Cueillette
	Marchés réguliers	Marchés forains (mélangeant producteurs et revendeurs) Marchés de producteurs
	Vente sur commande avec livraison	A domicile Sur des points relais (comités d'entreprise, association, etc.) Seul ou avec d'autres producteurs
	AMAP*	
	Vente par correspondance	Envoi de la commande par transporteur ou poste
	Foires, salons, marchés saisonniers	
	Distributeurs automatiques	
	Point de vente collectif (démarche collective avec présence des producteurs à la vente)	Magasins de producteurs Drive fermier
Vente avec 1 intermédiaire	Commerçants détaillants	
	GMS	
	Restaurateurs, fermes auberges	
	Restauration collective (cuisine sur place)	
Autres circuits (>1 intermédiaire)	Centrale d'achat	
	Grossistes	
	Cuisine centrale (restauration collective)	
	Plateforme d'approvisionnement de la restauration collective	

* Association pour le maintien de l'agriculture paysanne : système pour lequel une charte nationale a été définie. L'AMAP repose sur le principe d'une contractualisation solidaire entre un producteur et un groupe de consommateurs autour de plusieurs aspects de la production et de la commercialisation. Pour le producteur, cela permet de sécuriser le revenu sur la période d'engagement des consommateurs de l'AMAP et de limiter le temps consacré aux démarches commerciales et à la commande/facturation.
Les formules « panier » ont démarré avec les AMAP. Depuis, D'autres formules de commercialisation de paniers se sont développées, sans engagement des consommateurs dans la durée. Ces formules utilisent souvent l'outil Internet qui permet aux consommateurs de passer commande. Elles répondent à une demande croissante des consommateurs de gagner du temps pour faire les courses.
**Grande et moyenne surface.

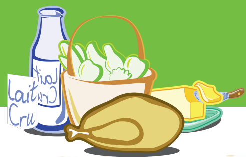
2 Règlementations en matière commerciale : quelques points de vigilance

Information et protection des consommateurs

La vente de produits fermiers doit respecter le **code de la consommation** et les différentes dispositions règlementaires sur l'information et la protection des consommateurs. Cela concerne notamment l'affichage des prix, le contrôle des instruments de mesure (balances etc.) et les règles d'étiquetage. Ces différents points peuvent être contrôlés sur les lieux de vente par les services en charge de la répression des faudres : DD(CS)PP (Direction départementale de la (cohésion sociale et de la) protection des population) ou DIRECTE (Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation du travail et de l'emploi).

En matière **d'étiquetage des produits**, la règlementation est très complexe et peut varier selon la nature du produit, les circuits de vente ou les modes de présentation (vrac ou emballé par exemple). Il faut avoir à l'esprit les principes suivants :

- Il faut d'abord se renseigner sur les mentions obligatoires à apposer. Celles-ci vont varier selon la nature du produit, sa présentation (en vrac ou emballé), voire les circuits de commercialisation (ex : règlementation sur le marquage des œufs).



Les mentions obligatoires pour les produits emballés

» la dénomination de vente, c'est-à-dire la description du produit (ex. pâté de canard au poivre vert) avec, les éventuelles précisions sur son état physique (pasteurisé, surgelé, fumé…) nécessaires à son bon usage par le consommateur,
» la quantité nette (en unité de poids ou de volume selon le produit)
» s'il s'agit d'un produit transformé : la liste des ingrédients, indiqués par ordre décroissant d'importance dans la recette, avec mention explicite des éventuels allergènes réglementés entrant dans la composition du produit,
» le mode d'emploi du produit si nécessaire (ex : conservation entre 0° et 4 °C)
» le nom et l'adresse du fabricant (ou du conditionneur ou du distributeur).
» pour les produits animaux ou d'origine animale, les mentions et/ou numéros obligatoires relatifs au statut sanitaire des ateliers de transformation (agrément etc.)
» Les dates limites de consommation (DLC) ou dates limite d'utilisation optimale (DLUO) pour une grande partie des produits
» A cela peuvent se rajouter des obligations spécifiques à certains produits (ex. teneur totale en sucre et teneur en fruits pour 100 g de produit pour les confitures, marque sanitaire des abattoirs et ateliers de découpe pour la viande bovine…).

- Il est ensuite possible d'apposer d'autres mentions, destinées à valoriser son produit. Il faut alors être extrêmement vigilant sur ce que l'on écrit et garder à l'esprit la règle suivante : l'étiquetage doit informer objectivement le consommateur, sans l'induire en erreur sur d'éventuelles « vertus trompeuses » du produit. Sachez notamment que :
  » certains termes (frais, pur, artisanal…) ne peuvent être utilisés que dans des conditions précises définies dans les textes règlementaires et/ou les codes d'usage par secteurs professionnels (charcuterie, boulangerie…).
  » l'utilisation du terme « fermier » est définie règlementairement pour quelques produits seulement (fromages, volailles, œufs). Pour le reste, les services de contrôle se basent soit sur des documents professionnels définissant des conditions d'usage du terme (code d'usage de la charcuterie, notice technique des labels Rouges en viande…) soit sur la jurisprudence. Celle-ci se base notamment sur la provenance des produits « issus de l'exploitation selon une méthode de production traditionnelle dans un circuit intégré à la ferme ».
  » les mentions laissant supposer que le produit dispose de caractéristique le distinguant de ses concurrents alors que ce n'est pas le cas, sont considérées comme des tromperies. Ex. afficher « sans conservateur » sur un jus de fruit alors que la réglementation en interdit l'utilisation est une tromperie. La mention adaptée est alors : « sans conservateur conformément à la réglementation ».

Avant d'imprimer des étiquettes, il est recommandé de se rapprocher des services de la DD(CS)PP pour obtenir un avis.

Signalétique

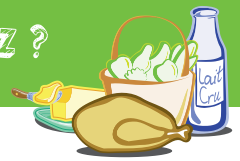
Pour la vente à la ferme, il est nécessaire d'informer le client et de le guider au moyen de panneaux signalétiques. Il existe deux types de **signalisation** :

- la signalisation routière règlementaire gérée par les services de l'équipement (DDT[1])
- la signalisation publicitaire (enseignes et pré-enseignes) qui fait l'objet d'un nouveau cadre règlementaire depuis 2012. Les pré-enseignes de dimension maximale de 1 m sur 1,50 restent autorisées à titre dérogatoire hors agglomération pour les activités de fabrication et de vente de produits du terroir. Elles sont limitées à 2 et doivent respecter des règles d'implantation (moins de 5 km de la ferme, distance par rapport à la route…) et de contenu précises. Il est nécessaire de se rapprocher de sa mairie pour plus de précision et pour connaître d'éventuelles règles locales en vigueur au titre du règlement publicitaire local.

3 Quelques conseils complémentaires

- La commercialisation est un métier à part entière. Savoir mettre son produit en valeur communiquer auprès des clients, organiser la disposition des produits dans un magasin, gérer un fichier clients : n'hésitez pas à suivre régulièrement des formations sur ce sujet.
- S'inscrire dans des démarches reposant sur des engagements clairement définis dans des cahiers des charges est souvent un atout vis-à-vis des consommateurs. C'est aussi un moyen supplémentaire d'assurer la promotion de son activité, à travers des actions de communication collective. Citons parmi les possibilités :
  » les signes officiels de qualité ou d'origine : en production fermière, les plus utilisés sont la certification Agriculture biologique et l'AOC (appellation d'origine contrôlée).
  » des démarches collectives reposant sur des cahiers des charges privés (ex. Bienvenue à la ferme etc.).

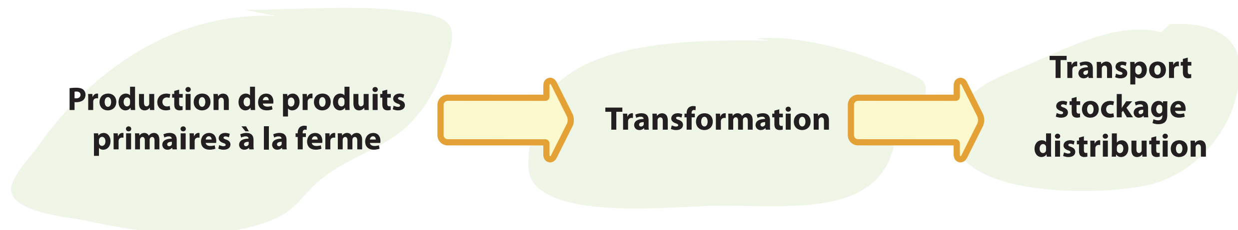
[1] Direction départementale du territoire



REGLEMENTATION SANITAIRE : PRINCIPAUX ELEMENTS A SAVOIR

1 Cadre général

La sécurité sanitaire des aliments se joue à chaque maillon de la chaîne alimentaire :



En tant que producteur fermier, votre responsabilité est engagée sur chacun de ces 3 domaines. Votre activité est régie par un certain nombre de réglementations :

- le « Paquet Hygiène européen », qui regroupe les règlements en matière de sécurité sanitaire applicables dans toute l'Union européenne.
- des arrêtés et décrets nationaux, qui précisent certaines règles non définies au niveau européen.

Ces textes mettent en avant la **responsabilité** des acteurs de la chaîne alimentaire, en fixant des obligations de résultats, c'est-à-dire des normes de qualité à respecter pour les aliments mis sur le marché. Pour ce qui concerne la transformation, certains moyens (locaux…) sont imposés mais globalement, il appartient au producteur de faire ses propres choix et de mettre en place son plan de maîtrise sanitaire pour atteindre le niveau de qualité fixé par la réglementation.

Ce **plan de maîtrise sanitaire** repose sur :

- la mise en place d'un ensemble de bonnes pratiques d'hygiène dans l'atelier et à la vente,
- la connaissance des risques (microbiologiques, chimiques, physiques) auxquels le produit est exposé au cours de la fabrication ou du stockage pour prendre les bonnes décisions en matière de mesures préventives à appliquer. Toute cette démarche doit être décrite dans un « **plan HACCP** [2] » et régulièrement contrôlée par le producteur (**auto-contrôles**). Il est nécessaire de se former à cette méthode si vous vous lancez dans la transformation.
- la mise en place de **mesures de traçabilité**. Elles permettent de faciliter les mesures de retrait ou de rappels de produits en cas de problème sanitaire. Le respect de ces règlementations est contrôlé par les DD(CS)PP, dans les ateliers de transformation et les lieux de commercialisation (marchés, magasins…).



Barême de stérilisation, contrôle et conservation des disques d'enregistrement : quelques unes des bonnes pratiques liées à l'utilisation d'un autoclave.

[2] HACCP = Hazard analysis and critical control point (analyse des risques et points critiques pour la maîtrise). Il s'agit d'une méthode d'organisation de la prévention des risques largement utilisée dans le domaine alimentaire.

2 Les démarches réglementaires à effectuer

- Vous devez déclarer votre activité auprès du Centre de formalité des entreprises (CFE) de la Chambre d'agriculture. Cette démarche concerne toutes les exploitations agricoles, avec ou sans activité de transformation. Il vous permet d'obtenir un n° SIRET qui est votre identifiant dans la chaîne alimentaire.
- Pour les **produits animaux**, vous devez en plus **déclarer votre activité auprès de votre DD(CS)PP**. Pour les produits animaux transformés, selon les quantités vendues et les débouchés commerciaux, vous pourrez être obligé de constituer un dossier pour obtenir l'**agrément européen**. Si vous vendez la majeure partie de vos produits en direct au consommateur (sur les marchés, à la ferme…) et le reste en circuit court[3] dans un rayon de 80 km autour de votre exploitation, une **dispense d'agrément** peut être possible à condition de ne pas dépasser les quantités indiqués ci-dessous.

	Quantité maximum pouvant être vendue/semaine à des intermédiaires	
	-30 % de l'activité avec des intermédiaires	+30 % de l'activité avec des intermédiaires
Lait traité thermiquement	800 l	250 l
Produits laitiers	250 kg	100 kg
Viandes fraîche de boucherie sauf viandes hachées	800 kg	250 kg
Produits à base de viande : plats cuisinés, saucisses crues, chair à saucisses. Préparation à base de viandes ne contenant pas de viandes hachées, viande fraîche des autres espèces que boucherie à l'exclusion des viandes hachées	250 kg	100 kg
Produits transformés au nom de la pêche	250 kg	100 kg
Escargots entiers, préparés ou transformés	100 kg	30 kg

Source : arrêté du 27 avril 2007

Pour en savoir plus sur la réglementation sanitaire :

- Feuille de chou n°6 (juin 2009), spécial « Réglementation sanitaire » (téléchargeable sur www.agrilianet.com).

3 Circuit court = 1 intermédiaire maximum entre le producteur et le consommateur.



SE FORMER POUR MAITRISER LES METIERS DE LA TRANSFORMATION ET DE LA VENTE



Production, transformation et commercialisation sont 3 métiers différents que vous allez devoir maîtriser pour réussir. Pour les porteurs de projet de formation purement agricole, il est nécessaire de se former aux techniques de transformation et de vente. Acquérir les bases nécessaires permet de mettre toutes les chances de son côté dès le départ et de réduire les pertes de temps et d'argent par la suite. Dans certaines productions comme le lait, la maîtrise de la transformation est essentielle pour fidéliser une clientèle en phase de démarrage : or, on ne s'improvise pas fromager !

Selon votre cursus antérieur et votre projet, vous pouvez opter :

- Pour des formations longues de type CS (Certificat de spécialisation) : avec une alternance de cours et de stages pratiques, c'est un parcours très intéressant pour préparer son installation en production fermière.
- Des formations courtes sur quelques jours.

Voici quelques contacts de Centres de formation de l'Ouest proposant des parcours incluant un volet « transformation » adapté à la production fermière (liste non exhaustive).

- **Certificat de spécialisation « production fermière »**
  - AGRILIA Formation, Centre de formation par apprentissage des Chambres d'agriculture des Pays de la Loire. Propose propose également d'autres CS (aviculture, productions biologiques) incluant des modules « vente directe ». www.agriliaformation.com

- **Formations courtes sur les circuits courts dans les Pays de la Loire**
  - Chambres d'agriculture des Pays de la Loire : consulter le catalogue de formations « productions fermières, accueil à la ferme, commercialisation » et les offres de formation sur www.agrilianet.com.
  - Coordination agrobiologique des Pays de la Loire : consulter les formations sur le site www.biopaysdelaloire.com
  - FRCIVAM des Pays de la Loire : www.civam-paysdelaloire.org

- **Organisme spécialisés pour des formations courtes (ou longues) en technologie de transformation.**
  - **Organismes spécialisés en transformation du lait**
  - ENILIA (Ecole d'industrie laitière) de Surgères (79) - www.enilia-ensmic.fr
  - ACTILAIT (Institut technique du lait et des produits laitires) – Pontivy (56) et Ruffec (16) www.actilait.com

  - **Transformation/découpe des viandes**
  - CFPPA-CFA Les Sicaudières à Bressuire (79) - www.sicaudieres.org

  - **Organismes de formation en agro-alimentaire avec des formations adaptées à la problématique fermière**
  - CFPPA de Laval - www.enilia-ensmic.fr
  - CFPC La Lande du Breil Rennes (35) - www.lycee-landedubreil.org.

Document réalisé par



Chambre régionale d'agriculture des Pays de la Loire
9 rue André-Brouard – CS 70510 - 49105 ANGERS Cedex 02
Tél. 02 41 18 60 40
www.agrilianet.com

En partenariat avec



FRCIVAM Pays de la Loire
4, rue de la résistance - 44390 SAFFRE
Tél. 02 40 72 65 05
http://civam-paysdelaloire.org



Coordination Agrobiologique des Pays de la Loire (CAB)
9, rue André Brouard – CS 70510 - 49105 Angers Cedex 02
Tél. 02 41 18 61 43
www.biopaysdelaloire.fr

Réalisation : Chambre régionale d'agriculture des Pays de la Loire – Conception : Mona*Graphic*.com – 02 41 57 33 72 – Edition : mars 2013

Document réalisé avec la participation financière du Conseil régional des Pays de la Loire

